

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di salon Morisco, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil prosentase terhadap profil responden dapat diketahui bahwa:
 - a. Sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah wanita sebanyak 61% (lihat tabel 4.1 pada halaman 57)
 - b. Sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia antara 20-30 tahun 57% (lihat tabel 4.2 pada halaman 57)
 - c. Sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah Pelajar/mahasiswa sebanyak 63% (lihat tabel 4.3 pada halaman 58)
 - d. Sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan antara Rp. 500.000- Rp. 1.000.000 sebanyak 53% (lihat tabel 4.4 pada halaman 59)
2. Dari Tabel 4.12 (lihat halaman 65) terlihat bahwa variabel *assurance* tidak berpengaruh secara signifikan, maka kesimpulan akan diambil berdasarkan hasil regresi linier berganda dengan Empat Variabel yang signifikan saja dari tabel 4.13 (Lihat Halaman 67). Hasil analisis hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen berdasarkan nilai Adjusted R^2

sebesar 0,725 (lihat tabel 4.13 pada halaman 67) sehingga dapat diartikan bahwa pengaruh semua variabel independen (*reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *tangibles*) terhadap perubahan variabel dependen (kepuasan konsumen) adalah 72.5% dan sisanya 29,5% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini. Dimana variabel kualitas pelayanan yang diberikan oleh salon Morisco berkaitan dengan keandalan atau profesionalisme perusahaan, fasilitas-fasilitas yang disediakan, perhatian serta daya tanggap perusahaan dalam membantu konsumen. Hal-hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di salon Morisco terbukti.

3. Dari Tabel 4.12 (lihat halaman 65) terlihat bahwa variabel *assurance* tidak berpengaruh secara signifikan, maka kesimpulan akan diambil berdasarkan hasil uji F dengan Empat Variabel yang signifikan saja dari tabel 4.14 (Lihat Halaman 71). Melalui uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 66.176 dengan tingkat signifikansinya 0,000 (lihat tabel 4.14 pada halaman 71), yang artinya variabel kualitas pelayanan yang diberikan salon Morisco secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan konsumen terbukti. Dimana keempat variabel kualitas pelayanan

tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen salon Morisco yang terlihat dari koefisien regresinya yang bernilai positif, sehingga apabila variabel kualitas pelayanan tersebut ditingkatkan, maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan konsumen.

Secara parsial, variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *tangibles* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, sementara variabel *assurance* tidak berpengaruh secara signifikan. Dari keempat variabel signifikan dalam penelitian ini, variabel kualitas pelayanan yang paling berpengaruh secara signifikan adalah variabel *empathy*. Hal ini didukung secara statistik dengan nilai koefisien beta yang paling besar (0,453) (lihat tabel 4.13 pada halaman 67). Dengan demikian tingkat kepuasan konsumen salon Morisco paling dipengaruhi oleh cara penanganan dan perhatian khusus yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya.

4. Berdasarkan hasil pengujian beda rata-rata dengan *Independent Sample T-Test* menunjukkan bahwa ada perbedaan penilaian konsumen terhadap variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* berdasarkan jenis kelamin responden (lihat tabel 4.15 pada halaman 74). Dimana penilaian konsumen wanita pada variabel-variabel tersebut lebih baik daripada konsumen pria (lihat tabel 4.16 pada halaman 74)
5. Berdasarkan hasil analisis ANOVA berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan rata-rata penilaian konsumen terhadap kualitas

pelayanan salon Morisco pada variabel *assurance*, *empathy* dan *tangibles*. Sedangkan pada variabel *realibility* dan *responsiveness* tidak terdapat perbedaan rata-rata kepuasan konsumen (lihat tabel 4.17 pada halaman 78). Dimana penilaian konsumen berusia lebih dari 40 tahun memiliki penilaian terburuk pada variabel-variabel tersebut (lihat tabel 4.18 pada halaman 78)

6. Berdasarkan hasil analisis ANOVA berdasarkan jenis pekerjaan, dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan rata-rata penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan salon Morisco pada variabel *reliability*, *reponsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* (lihat tabel 4.19 pada halaman 82)
7. Berdasarkan hasil analisis ANOVA berdasarkan jumlah pendapatan, dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan rata-rata penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan salon Morisco pada variabel *reponsiveness* dan *tangibles*. Sedangkan pada variabel *reliability*, *assurance*, *empathy* tidak terdapat perbedaan rata-rata kepuasan konsumen (lihat tabel 4.21 pada halaman 85). Konsumen berpendapatan lebih dari Rp.1.500.000,- memiliki penilaian terburuk, sementara konsumen berpendapatan kurang dari Rp.500.000,- memiliki penilaian terbaik (lihat tabel 4.22 pada halaman 86)

V.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang diambil peneliti, dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa variabel *assurance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen salon Morisco. Sementara variabel *Empathy* memiliki pengaruh yang terbesar bagi konsumen salon Morisco. Maka pihak salon Morisco perlu lebih memperhatikan variabel *empathy* karena variabel ini terbukti paling berpengaruh bagi kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, maka pihak salon dapat melakukan beberapa hal sehubungan dengan *empathy* (memberikan perhatian khusus kepada konsumen), seperti mengajak konsumen yang sedang dilayani bercakap-cakap. Hal ini selain untuk mendekatkan hubungan dengan konsumen, juga dapat untuk mengetahui karakteristik konsumen, keluhan dan keinginan konsumen secara detil, dan penyelesaian yang cocok untuk konsumen tersebut.
2. Berdasarkan hasil uji beda berdasarkan jenis kelamin, usia, dan jumlah pendapatan, diketahui bahwa ada perbedaan penilaian responden terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada konsumen yang kurang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan dan yang berarti kualitas pelayanan yang diberikan belum optimal.

Dengan memperhatikan hal ini, maka pihak salon Morisco perlu meningkatkan kualitas pelayanannya dengan memberikan layanan sesuai

yang dijanjikan konsumen, meningkatkan pengetahuan, ketrampilan serta sikap sopan santun karyawan, meningkatkan kualitas peralatan dan perlengkapan yang disediakan, memberikan perhatian khusus kepada konsumennya serta tanggap kepada perubahan kebutuhan konsumennya.

V.3. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, penulis ingin membahas implikasi manajerial dalam hal ini berkaitan dengan teori-teori pemasaran sebagai masukan.

1. Dari sisi harga, harga adalah yang dibayar konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkannya (Kotler, 2003;15). Salon Morisco menerapkan kebijakan harga yang relatif murah dibandingkan salon-salon lain dengan tujuan untuk menarik sebanyak mungkin konsumen. Hal ini mungkin sesuai dengan teori Pertumbuhan Penjualan Maksimum (Kotler, 1997 ; 110) dimana pihak produsen percaya bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi. Tetapi hal ini hanya dapat dilaksanakan pada beberapa kondisi, salah satunya adalah pasar yang sangat peka terhadap harga. Hasil analisis uji beda berdasarkan jumlah pendapatan menunjukkan bahwa konsumen berpendapatan dibawah Rp. 500.000,- memiliki penilaian yang paling baik. Menurut dugaan penulis berdasarkan faktor-faktor kepekaan terhadap harga menurut Nagle (Kotler, 1997;111), hal ini disebabkan pengaruh

pengeluaran total terhadap pendapatan. Semakin rendah pendapatan, semakin tinggi kepekaan harga. Sementara konsumen dengan pendapatan lebih dari Rp 1.500.000 menunjukkan penilaian terendah. Menurut dugaan penulis, hal ini disebabkan pengaruh kualitas harga. Pembeli semakin kurang peka harga jika produk tersebut dianggap memiliki kualitas gengsi. Jadi konsumen dengan pendapatan tertinggi tidak menilai adanya eksklusivitas lebih dinilai dari harga. Menilik dari 2 faktor ini, penulis menyarankan sebaiknya pihak salon meningkatkan harganya untuk meningkatkan nilai eksklusivitas dan memberikan diskon-diskon pada hari-hari tertentu untuk menarik konsumen dengan pendapatan rendah, tanpa kehilangan konsumen dengan pendapatan menengah.

2. Dilihat dari perbedaan kepuasan berdasarkan usia, konsumen berusia lebih dari 40 tahun memiliki kepuasan terendah. Berdasarkan Kotler (1997; 155), konsumen berusia lebih dari 40 tahun lebih mapan secara finansial dan penghasilan yang dapat dibelanjakan lebih banyak daripada konsumen berusia 35 tahun kebawah. Berdasarkan hal ini, kembali pada teori kepekaan harga menurut Nagle (Kotler, 1997;111). Jadi konsumen dengan pendapatan tertinggi tidak menilai adanya eksklusivitas lebih dinilai dari harga. Jika pihak salon ingin menjaring pelanggan dari segala lapisan masyarakat sebaiknya pihak salon meningkatkan harganya untuk meningkatkan nilai eksklusivitas dan memberikan diskon-diskon pada hari-hari tertentu untuk menarik konsumen dengan pendapatan rendah, tanpa kehilangan konsumen dengan pendapatan menengah. Tetapi

menilik dari jumlah responden terbanyak adalah dari kalangan berusia 20-30 tahun yang merupakan usia produktif dan belum mapan, dilanjutkan dengan usia kurang dari 20 tahun, pihak salon dapat mengubah target pasar menjadi kalangan muda. Konsumen usia muda cenderung mengikuti tren yang ada, karena itu jasa pelayanan yang disediakan sebisa mungkin untuk mengikuti tren yang ada. Misalkan tren model potongan rambut, tren jenis pewarna rambut dan sebagainya.

3. *Place* adalah aktivitas perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan program penyaluran produk melalui saluran distribusi yang tepat agar produk tersebut tersedia dan dapat diperoleh konsumen pada tempat dan waktu yang tepat serta jumlah yang diinginkan (Kotler, 2003;15).

Dalam hal ini aktivitas dilakukan dalam satu tempat tetap yang memudahkan konsumen mencari dan memperoleh kebutuhan mereka. Berdasarkan kebijakan pihak salon yang ingin menarik konsumen sebanyak-banyaknya, sebaiknya ruangan salon diperluas dan kapasitas ditambah, baik kapasitas peralatan seperti tempat keramas, ruang tunggu, kursi untuk konsumen yang sedang dilayani dan sebagainya. Hal ini sebenarnya bertentangan dengan rencana masa depan salon, dimana pemilik salon tidak berkeinginan untuk mengembangkan salon, tapi hanya berencana mendirikan salon di lokasi lain.. Mendirikan banyak saluran pemasaran, dalam hal ini salon, memang dapat meningkatkan cakupan pasar, tetapi saluran baru biasanya menimbulkan masalah

konflik dan pengendalian. Konflik terjadi jika dua saluran perusahaan atau lebih bersaing untuk pelanggan yang sama (Kotler, 1997;158-159). Jadi ada kemungkinan besar, salon baru yang akan didirikan tersebut tidak menjaring konsumen baru, tetapi justru merebut konsumen salon sebelumnya. Dengan ini, tujuan untuk menjaring konsumen yang banyak tidak akan tercapai. Jadi penulis menyarankan sebaiknya pihak salon lebih mementingkan mengembangkan salon lebih dulu, untuk mendapatkan loyalitas konsumen, sehingga pada saat pendirian salon baru, konsumen yang sudah ada tidak akan memilih salon baru, dan salon yang baru akan mulai mencari konsumen baru.

3. Penulis menilai dari segi promosi, ide-ide untuk menarik minat konsumen sudah menarik hanya saja tidak banyak konsumen yang tahu tentang bonus-bonus ini. Sehingga bonus-bonus ini pada akhirnya kurang mengena. Pihak salon perlu lebih komunikatif pada konsumen mengenai pemberitahuan adanya bonus-bonus ini, misalkan dengan mencantumkan cara mendapatkan bonus pada nota pembayaran, atau melatih karyawannya untuk tidak lupa memberitahukan pada konsumen mengenai bonus-bonus tersebut. Pihak salon juga dapat melakukan promosi yang lain selain bonus tanda terima kasih, misalnya diskon-diskon pada hari tertentu, pemberian kupon diskon atau kupon hadiah dan sebagainya.

V.4. Kelemahan Penelitian

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan hanya menjelaskan sebesar 72.5%. Sisanya sebesar 29.5% tidak dapat dijelaskan. Untuk penelitian lebih lanjut dapat digunakan variabel-variabel lain untuk menjelaskan kepuasan konsumen.
2. Kuesioner hanya menggunakan persepsi konsumen dengan metode regresi untuk mengetahui kepuasan konsumen saja. Untuk penelitian lebih lanjut dapat digunakan kuesioner yang menggunakan sekaligus harapan dan persepsi konsumen sehingga dapat diketahui gap yang ada juga untuk mengetahui keinginan konsumen. Penelitian lebih lanjut juga bisa dilakukan dengan metode derajat kepentingan dan diagram kartesius sehingga pihak salon dapat mengetahui variabel yang dirasa konsumen penting dan sudah dilakukan dengan baik, variabel yang penting dan belum dilakukan dengan baik, variabel yang tidak penting yang dilakukan dengan cukup, dan variabel yang tidak penting yang dilakukan dengan cukup

DAFTAR PUSTAKA

Cornelius Trihendradi (2005), " *Step By Step SPSS 13: Analisis Data Statistik*".
Penerbit Andi, Yogyakarta

Jogiyanto (2004), " *Metodologi Penelitian Bisnis, Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*", BPFE, Yogyakarta

Junedi, M.F. Shellyana., (2003), " *Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Jasa: Studi Perilaku Konsumen Terhadap Loyalitas Merek*", *Modus*, Vol. 15. Hal. 105-118.

Kotler, Philip (1998), " *Manajemen Pemasaran*" . Edisi Bahasa Indonesia (Edisi Revisi), Jilid 1, PT. Prenhallindo, Jakarta

Kotler, Philip (1998), " *Manajemen Pemasaran*" . Edisi Bahasa Indonesia (Edisi Revisi), Jilid 2, PT. Prenhallindo, Jakarta

Kotler, Philip (2003), " *Marketing Management*". 11th ed, Prentice Hall, New Jersey

Kotler, Philip and Gary Armstrong (2001), " *Principles of Marketing*" 9th ed,
Prentice Hall International, Inc., New Jersey

Lupiyoadi, Rambat (2001), " *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik*".
Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta

Murdick, Robert.S., Barry Render, Roberta.S.Russel (1990), " *Service Operation Management*", Ally Bacon

Parasuraman, A., Valerie A. Zeithml, and Leonard L. Berry (1994), "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research", *Journal of Marketing*, Vol 58, pp 1-14.

Parasuraman, A., Valerie A. Zeithml, and Leonard L. Berry (1988), "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol.64 (Spring), pp 12-40.

Santoso, Singgih (2000), "*Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*". PT. Elex Media Komputindo, Jakarta

Sekaran, Uma (2000), "*Research Methods for Business, A Skill-Building Approach*", John Wiley & Sons, Inc

Spiegel, Murray R., I Nyoman Susila, Ellen Gunawan, M.A (1991), "*Statistik : Versi SI (Metrik), Seri Buku Schaum : Teori dan Soal-Soal*". Erlangga, Jakarta

Sugiyono (2000), "*Metode Penelitian Bisnis*". CV. ALFABETA, Bandung.

Sugiyono (2005), "*Statistika untuk Penelitian*". Edisi Kedua. CV. ALFABETA, Bandung.

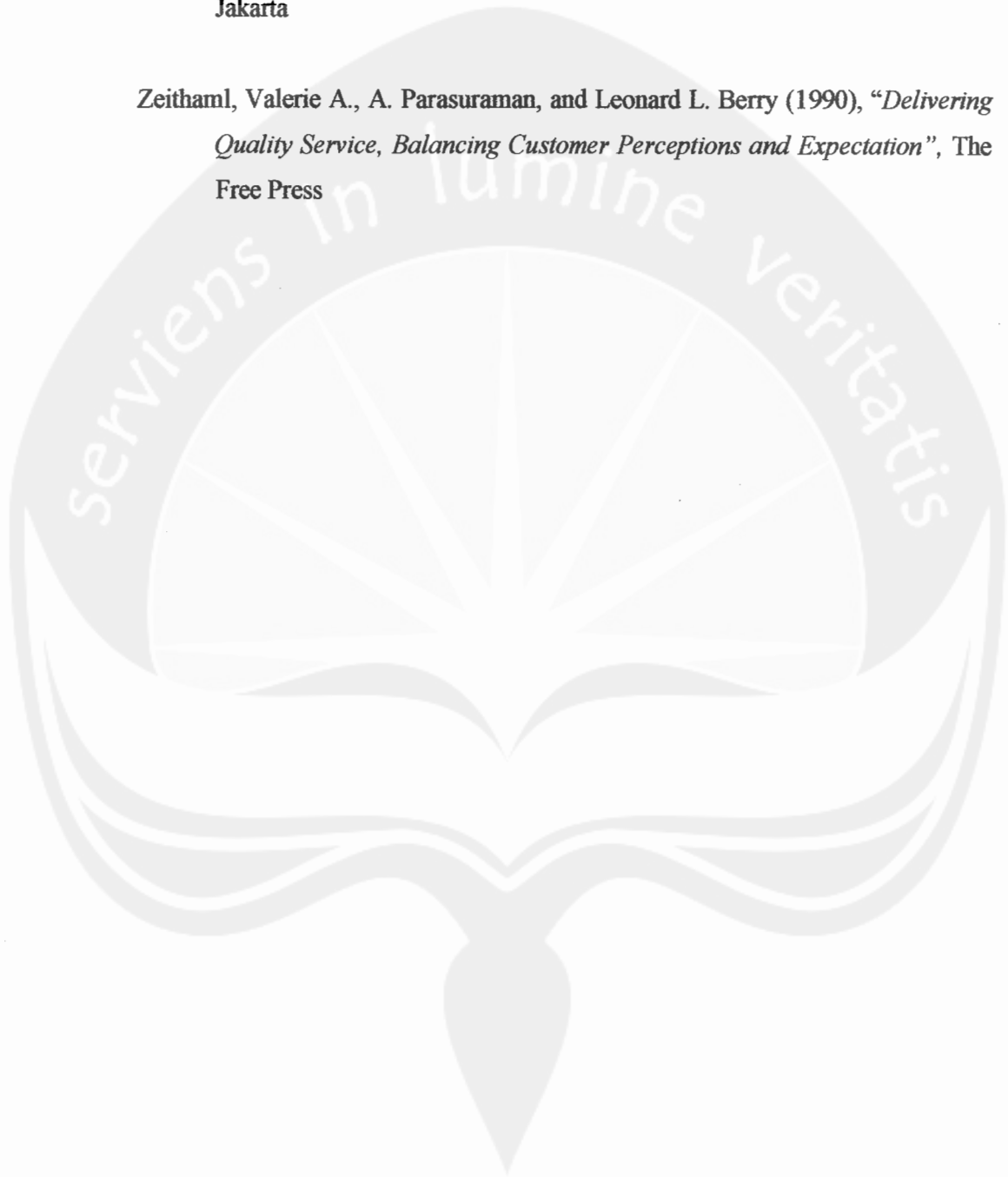
Supranto, M.A, J (1981), "*Metode Riset : Aplikasinya Dalam Pemasaran*". Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta

Supranto, M.A, J (2001), "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*", PT.RINEKA CIPTA, Jakarta

Tjiptono, Fandy (2000), "*Manajemen Jasa*", Penerbit Andi, Yogyakarta

Umar Husein (2003), "*Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*". Ghalia Indonesia, Jakarta

Zeithaml, Valerie A., A. Parasuraman, and Leonard L. Berry (1990), "*Delivering Quality Service, Balancing Customer Perceptions and Expectation*", The Free Press





LAMPIRAN

serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Dengan hormat,

Dalam rangka pengumpulan data yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) maka saya memohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini ditujukan untuk mengetahui kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan salon Morisco.

Atas bantuannya saya ucapkan terima kasih

A. Bagian 1

Berilah tanda cek (✓) pada jawaban dari tiap pertanyaan berikut ini

1. Jenis kelamin :

() Pria

() Wanita

2. Usia anda sekarang:

() < 20 tahun

() 20-30 tahun

() 31-40 tahun

() > 40 tahun

3. Pekerjaan anda sekarang:

() Pelajar/ Mahasiswa

() Karyawan swasta

() Wiraswasta

() Lainnya, sebutkan..

4. Rata-rata pendapatan anda per bulan (dalam Rp):

() < 500.000

() 1.000.001-1.500.000

() 500.000– 1000.000

() > 1.500.000

B. Pertanyaan-pertanyaan tentang dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh salon Morisco

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

R = Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Berilah tanda cek (✓) untuk setiap jawaban anda

A. RELIABILITY

No.	Pertanyaan	Penilaian Anda				
		SS	S	R	TS	STS
1	Ketika salon Morisco berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu yang ditentukan, maka akan direalisasikan tepat waktu					
2	Salon Morisco bisa diandalkan untuk menyelesaikan masalah pelanggan					
3	Salon Morisco memberikan pelayanan yang baik sejak awal.					
4	Salon Morisco memberikan					

	pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan (tepat waktu)					
5	Salon Morisco melakukan penghitungan nota pembayaran dengan akurat					

B. RESPONSIVENESS

No	Pertanyaan	Penilaian Anda				
		SS	S	R	TS	STS
6	Karyawan salon Morisco memberikan informasi pelayanan yang akurat kepada pelanggan					
7	Karyawan salon Morisco memberikan pelayanan yang cepat					
8	Karyawan salon Morisco selalu bersedia membantu pelanggan					
9	Karyawan salon Morisco tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan pelanggan					

C. ASSURANCE

No	Pertanyaan	Penilaian Anda				
		SS	S	R	TS	STS
10	Sikap karyawan salon Morisco menimbulkan rasa percaya diri pelanggan (tidak membuat pelanggan malu / minder)					
11	Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi pembayaran dengan karyawan salon Morisco					
12	Karyawan salon Morisco bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan					
13	Karyawan salon Morisco memiliki pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan pelanggan					

D. EMPHATY

No	Pertanyaan	Penilaian Anda				
		SS	S	R	TS	STS
14	Salon Morisco memberikan perhatian secara individual kepada pelanggannya					
15	Salon Morisco beroperasi pada jam kerja yang tepat/sesuai bagi pelanggan					
16	Karyawan Salon Morisco memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan					
17	Karyawan Salon Morisco memberi perhatian personal pada pelanggan					
18	Salon Morisco dapat mengerti dan memahami kebutuhan spesifik pelanggan.					

E. TANGIBLES

No	Pertanyaan	Penilaian Anda				
		SS	S	R	TS	STS
19	Salon Morisco memiliki furnitur dan dekorasi yang modern					
20	Salon Morisco menggunakan peralatan dengan teknologi mutakhir					

21	Salon Morisco memiliki fasilitas pendukung yang memadai (seperti ruang tunggu, ruang keramas dan sebagainya)					
22	Karyawan Salon Morisco berpenampilan rapi dan sopan					

C. Pertanyaan-pertanyaan tentang kepuasan kualitas pelayanan yang diberikan oleh salon Morisco

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya merasa puas menggunakan jasa salon Morisco					
2	Saya merasa telah melakukan hal yang benar untuk menggunakan jasa pelayanan salon Morisco.					
3	Bila membutuhkan jasa salon, Saya akan menggunakan jasa pelayanan salon Morisco.					



LAMPIRAN 2

Validitas dan Reliabilitas : Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepuasan_1	7.43	1.978	.615	.786
Kepuasan_2	7.53	1.499	.694	.696
Kepuasan_3	7.83	1.523	.680	.712

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.40	3.421	1.850	3

Validitas dan Reliabilitas : Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Realibility_1	15.10	5.128	.473	.851
Realibility_2	15.03	3.895	.763	.775
Realibility_3	15.30	4.493	.567	.832
Realibility_4	15.17	4.489	.628	.815
Realibility_5	15.13	3.775	.815	.758

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18.93	6.547	2.559	5

Validitas dan Reliabilitas : Responsiveness

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Responsiveness_1	11.60	2.869	.660	.780
Responsiveness_2	11.53	2.533	.849	.693
Responsiveness_3	11.57	2.461	.687	.771
Responsiveness_4	11.70	3.252	.455	.863

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.47	4.671	2.161	4

Validitas dan Reliabilitas : Assurance

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Assurance_1	11.70	2.631	.811	.779
Assurance_2	11.70	2.838	.781	.795
Assurance_3	11.60	2.662	.887	.750
Assurance_4	11.40	3.352	.414	.941

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.47	4.878	2.209	4

Validitas dan Reliabilitas : Emphaty

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Emphaty_1	15.67	4.299	.456	.817
Emphaty_2	15.67	3.678	.730	.730
Emphaty_3	15.67	3.471	.752	.721
Emphaty_4	15.67	4.506	.502	.800
Emphaty_5	15.47	4.326	.570	.782

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19.53	6.051	2.460	5

Validitas dan Reliabilitas : Tangibles

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tangibles_1	11.17	2.971	.593	.796
Tangibles_2	11.03	2.654	.760	.717
Tangibles_3	10.73	2.685	.713	.740
Tangibles_4	10.77	3.151	.515	.830

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.57	4.806	2.192	4



serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN 3

Frequencies

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	39	39.0	39.0	39.0
	Wanita	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	35	35.0	35.0	35.0
	20 - 30 tahun	57	57.0	57.0	92.0
	31 - 40 tahun	6	6.0	6.0	98.0
	> 40 tahun	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/mahasiswa	63	63.0	63.0	63.0
	Wiraswasta	6	6.0	6.0	69.0
	Karyawan Swasta	29	29.0	29.0	98.0
	Lainnya	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 500.000	40	40.0	40.0	40.0
	500.000 - 1.000.000	53	53.0	53.0	93.0
	1.000.001 - 1.500.000	3	3.0	3.0	96.0
	> 1.500.000	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



LAMPIRAN 4

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.738	.724	.33006

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.844	5	5.769	52.954	.000 ^a
	Residual	10.240	94	.109		
	Total	39.084	99			

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.172	.363			3.227	.002
	Reliability	.324	.095	.235		3.415	.001
	Responsiveness	.234	.087	.227		2.706	.008
	Assurance	.084	.097	.086		.868	.388
	Emphaty	.495	.102	.411		4.829	.000
	Tangibles	.162	.077	.122		2.108	.038

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	.736	.725	.32963

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.762	4	7.191	66.176	.000 ^a
	Residual	10.322	95	.109		
	Total	39.084	99			

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.240	.354			3.499	.001
	Reliability	.325	.095	.235		3.428	.001
	Responsiveness	.268	.078	.259		3.446	.001
	Emphaty	.545	.084	.453		6.484	.000
	Tangibles	.181	.074	.136		2.466	.015

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen



LAMPIRAN 5

T-Test

Group Statistics

	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Reliability	Pria	39	3.7282	.50781	.08131
	Wanita	61	3.8557	.41494	.05313
Responsiveness	Pria	39	3.5641	.69471	.11124
	Wanita	61	3.8320	.52385	.06707
Assurance	Pria	39	3.6923	.71970	.11524
	Wanita	61	3.9918	.55709	.07133
Emphaty	Pria	39	3.8051	.62490	.10006
	Wanita	61	3.9180	.44329	.05676
Tangibles	Pria	39	3.6282	.44379	.07106
	Wanita	61	3.7172	.48835	.06253

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Reliability	Equal variances assumed	1.888	.173
	Equal variances not assumed		
Responsiveness	Equal variances assumed	3.423	.067
	Equal variances not assumed		
Assurance	Equal variances assumed	4.322	.040
	Equal variances not assumed		
Emphaty	Equal variances assumed	4.923	.029
	Equal variances not assumed		
Tangibles	Equal variances assumed	1.391	.241
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Reliability	Equal variances assumed	-1.373	98	.173	-.12753
	Equal variances not assumed	-1.313	69.362	.194	-.12753
Responsiveness	Equal variances assumed	-2.192	98	.031	-.26786
	Equal variances not assumed	-2.062	65.194	.043	-.26786
Assurance	Equal variances assumed	-2.337	98	.021	-.29950
	Equal variances not assumed	-2.210	66.509	.031	-.29950
Emphaty	Equal variances assumed	-1.056	98	.293	-.11290
	Equal variances not assumed	-.981	62.300	.330	-.11290
Tangibles	Equal variances assumed	-.921	98	.360	-.08901
	Equal variances not assumed	-.940	86.703	.350	-.08901

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
Reliability	Equal variances assumed	.09292	-.31193	.05686
	Equal variances not assumed	.09713	-.32129	.06622
Responsiveness	Equal variances assumed	.12218	-.51033	-.02540
	Equal variances not assumed	.12990	-.52728	-.00845
Assurance	Equal variances assumed	.12818	-.55386	-.04513
	Equal variances not assumed	.13553	-.57005	-.02894
Emphaty	Equal variances assumed	.10687	-.32499	.09918
	Equal variances not assumed	.11504	-.34284	.11703
Tangibles	Equal variances assumed	.09668	-.28087	.10286
	Equal variances not assumed	.09466	-.27715	.09914

serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN 6

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Reliability	< 20 tahun	35	3.6800	.44245	.07479
	20 - 30 tahun	57	3.9018	.43773	.05798
	31 - 40 tahun	6	3.9333	.16330	.06667
	> 40 tahun	2	2.9000	.42426	.30000
	Total	100	3.8060	.45523	.04552
Responsiveness	< 20 tahun	35	3.6357	.37053	.06263
	20 - 30 tahun	57	3.8421	.65743	.08708
	31 - 40 tahun	6	3.7083	.48520	.19808
	> 40 tahun	2	2.1250	.53033	.37500
	Total	100	3.7275	.60729	.06073
Assurance	< 20 tahun	35	3.9000	.57266	.09680
	20 - 30 tahun	57	3.9123	.67396	.08927
	31 - 40 tahun	6	3.7500	.44721	.18257
	> 40 tahun	2	2.7500	.35355	.25000
	Total	100	3.8750	.63911	.06391
Emphaty	< 20 tahun	35	3.9143	.47844	.08087
	20 - 30 tahun	57	3.8667	.54554	.07226
	31 - 40 tahun	6	3.9667	.48028	.19607
	> 40 tahun	2	3.1000	.14142	.10000
	Total	100	3.8740	.52158	.05216
Tangibles	< 20 tahun	35	3.6643	.46944	.07935
	20 - 30 tahun	57	3.7061	.49804	.06597
	31 - 40 tahun	6	3.6667	.25820	.10541
	> 40 tahun	2	3.3750	.17678	.12500
	Total	100	3.6825	.47121	.04712

Descriptives

		95% Confidence Interval for Mean			
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
Reliability	< 20 tahun	3.5280	3.8320	2.60	4.60
	20 - 30 tahun	3.7856	4.0179	2.80	4.80
	31 - 40 tahun	3.7620	4.1047	3.80	4.20
	> 40 tahun	-.9119	6.7119	2.60	3.20
	Total	3.7157	3.8963	2.60	4.80
Responsiveness	< 20 tahun	3.5084	3.7630	3.00	4.25
	20 - 30 tahun	3.6677	4.0165	2.00	5.00
	31 - 40 tahun	3.1991	4.2175	3.25	4.50
	> 40 tahun	-2.6398	6.8898	1.75	2.50
	Total	3.6070	3.8480	1.75	5.00
Assurance	< 20 tahun	3.7033	4.0967	3.00	5.00
	20 - 30 tahun	3.7335	4.0911	2.00	5.00
	31 - 40 tahun	3.2807	4.2193	3.25	4.25
	> 40 tahun	-.4266	5.9266	2.50	3.00
	Total	3.7482	4.0018	2.00	5.00
Emphaty	< 20 tahun	3.7499	4.0786	3.00	4.80
	20 - 30 tahun	3.7219	4.0114	1.80	5.00
	31 - 40 tahun	3.4626	4.4707	3.40	4.80
	> 40 tahun	1.8294	4.3706	3.00	3.20
	Total	3.7705	3.9775	1.80	5.00
Tangibles	< 20 tahun	3.5030	3.8255	2.25	4.50
	20 - 30 tahun	3.5740	3.8383	2.50	4.75
	31 - 40 tahun	3.3957	3.9376	3.25	4.00
	> 40 tahun	1.7867	4.9633	3.25	3.50
	Total	3.5890	3.7760	2.25	4.75

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Reliability	Between Groups	2.817	3	.939	5.094	.003
	Within Groups	17.699	96	.184		
	Total	20.516	99			
Responsiveness	Between Groups	6.182	3	2.061	6.522	.000
	Within Groups	30.330	96	.316		
	Total	36.512	99			
Assurance	Between Groups	2.726	3	.909	2.313	.081
	Within Groups	37.711	96	.393		
	Total	40.438	99			
Emphaty	Between Groups	1.310	3	.437	1.635	.186
	Within Groups	25.623	96	.267		
	Total	26.932	99			
Tangibles	Between Groups	.234	3	.078	.344	.793
	Within Groups	21.748	96	.227		
	Total	21.982	99			

serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN 7

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Reliability	Pelajar/mahasiswa	63	3.7492	.46555	.05865
	Wiraswasta	6	3.5333	.53166	.21705
	Karyawan Swasta	29	3.9655	.38198	.07093
	Lainnya	2	4.1000	.14142	.10000
	Total	100	3.8060	.45523	.04552
Responsiveness	Pelajar/mahasiswa	63	3.6706	.53849	.06784
	Wiraswasta	6	3.2917	.94097	.38415
	Karyawan Swasta	29	3.9052	.63180	.11732
	Lainnya	2	4.2500	.35355	.25000
	Total	100	3.7275	.60729	.06073
Assurance	Pelajar/mahasiswa	63	3.8651	.62994	.07937
	Wiraswasta	6	3.5417	.64064	.26154
	Karyawan Swasta	29	3.9138	.64530	.11983
	Lainnya	2	4.6250	.53033	.37500
	Total	100	3.8750	.63911	.06391
Emphaty	Pelajar/mahasiswa	63	3.8667	.51431	.06480
	Wiraswasta	6	3.7000	.50200	.20494
	Karyawan Swasta	29	3.9034	.55964	.10392
	Lainnya	2	4.2000	.28284	.20000
	Total	100	3.8740	.52158	.05216
Tangibles	Pelajar/mahasiswa	63	3.6627	.48185	.06071
	Wiraswasta	6	3.3333	.46547	.19003
	Karyawan Swasta	29	3.7759	.42962	.07978
	Lainnya	2	4.0000	.35355	.25000
	Total	100	3.6825	.47121	.04712

Descriptives

		95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
		Lower Bound	Upper Bound		
Reliability	Pelajar/mahasiswa	3.6320	3.8665	2.60	4.60
	Wiraswasta	2.9754	4.0913	2.60	4.00
	Karyawan Swasta	3.8202	4.1108	3.20	4.80
	Lainnya	2.8294	5.3706	4.00	4.20
	Total	3.7157	3.8963	2.60	4.80
Responsiveness	Pelajar/mahasiswa	3.5350	3.8063	2.00	4.50
	Wiraswasta	2.3042	4.2791	1.75	4.00
	Karyawan Swasta	3.6648	4.1455	2.50	5.00
	Lainnya	1.0734	7.4266	4.00	4.50
	Total	3.6070	3.8480	1.75	5.00
Assurance	Pelajar/mahasiswa	3.7064	4.0237	2.00	5.00
	Wiraswasta	2.8694	4.2140	2.50	4.00
	Karyawan Swasta	3.6683	4.1593	2.50	5.00
	Lainnya	-.1398	9.3898	4.25	5.00
	Total	3.7482	4.0018	2.00	5.00
Emphaty	Pelajar/mahasiswa	3.7371	3.9962	1.80	4.80
	Wiraswasta	3.1732	4.2268	3.00	4.20
	Karyawan Swasta	3.6906	4.1163	2.60	5.00
	Lainnya	1.6588	6.7412	4.00	4.40
	Total	3.7705	3.9775	1.80	5.00
Tangibles	Pelajar/mahasiswa	3.5413	3.7840	2.25	4.50
	Wiraswasta	2.8448	3.8218	2.50	3.75
	Karyawan Swasta	3.6124	3.9393	3.00	4.75
	Lainnya	.8234	7.1766	3.75	4.25
	Total	3.5890	3.7760	2.25	4.75

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Reliability	Between Groups	1.560	3	.520	2.634	.054
	Within Groups	18.956	96	.197		
	Total	20.516	99			
Responsiveness	Between Groups	2.805	3	.935	2.663	.052
	Within Groups	33.707	96	.351		
	Total	36.512	99			
Assurance	Between Groups	1.842	3	.614	1.527	.213
	Within Groups	38.596	96	.402		
	Total	40.438	99			
Emphaty	Between Groups	.423	3	.141	.510	.676
	Within Groups	26.510	96	.276		
	Total	26.932	99			
Tangibles	Between Groups	1.211	3	.404	1.865	.141
	Within Groups	20.771	96	.216		
	Total	21.982	99			



LAMPIRAN 8

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Reliability	< 500.000	40	3.8750	.37809	.05978
	500.000 - 1.000.000	53	3.7925	.48984	.06728
	1.000.001 - 1.500.000	3	3.8667	.11547	.06667
	> 1.500.000	4	3.2500	.57446	.28723
	Total	100	3.8060	.45523	.04552
Responsiveness	< 500.000	40	3.7688	.49803	.07875
	500.000 - 1.000.000	53	3.7689	.62567	.08594
	1.000.001 - 1.500.000	3	3.6667	.38188	.22048
	> 1.500.000	4	2.8125	.94373	.47186
	Total	100	3.7275	.60729	.06073
Assurance	< 500.000	40	3.9688	.54944	.08687
	500.000 - 1.000.000	53	3.8774	.66257	.09101
	1.000.001 - 1.500.000	3	3.6667	.57735	.33333
	> 1.500.000	4	3.0625	.82601	.41300
	Total	100	3.8750	.63911	.06391
Emphaty	< 500.000	40	3.9250	.42169	.06667
	500.000 - 1.000.000	53	3.8830	.57704	.07926
	1.000.001 - 1.500.000	3	3.8667	.30551	.17638
	> 1.500.000	4	3.2500	.52599	.26300
	Total	100	3.8740	.52158	.05216
Tangibles	< 500.000	40	3.7313	.42888	.06781
	500.000 - 1.000.000	53	3.6604	.52599	.07225
	1.000.001 - 1.500.000	3	3.6667	.14434	.08333
	> 1.500.000	4	3.5000	.20412	.10206
	Total	100	3.6825	.47121	.04712

Descriptives

		95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
		Lower Bound	Upper Bound		
Reliability	< 500.000	3.7541	3.9959	3.00	4.60
	500.000 - 1.000.000	3.6574	3.9275	2.60	4.80
	1.000.001 - 1.500.000	3.5798	4.1535	3.80	4.00
	> 1.500.000	2.3359	4.1641	2.60	4.00
	Total	3.7157	3.8963	2.60	4.80
Responsiveness	< 500.000	3.6095	3.9280	2.50	4.50
	500.000 - 1.000.000	3.5964	3.9413	2.00	5.00
	1.000.001 - 1.500.000	2.7180	4.6153	3.25	4.00
	> 1.500.000	1.3108	4.3142	1.75	4.00
	Total	3.6070	3.8480	1.75	5.00
Assurance	< 500.000	3.7930	4.1445	3.00	5.00
	500.000 - 1.000.000	3.6947	4.0600	2.00	5.00
	1.000.001 - 1.500.000	2.2324	5.1009	3.00	4.00
	> 1.500.000	1.7481	4.3769	2.50	4.25
	Total	3.7482	4.0018	2.00	5.00
Emphaty	< 500.000	3.7901	4.0599	3.00	4.60
	500.000 - 1.000.000	3.7240	4.0421	1.80	5.00
	1.000.001 - 1.500.000	3.1078	4.6256	3.60	4.20
	> 1.500.000	2.4130	4.0870	2.80	4.00
	Total	3.7705	3.9775	1.80	5.00
Tangibles	< 500.000	3.5941	3.8684	2.50	4.50
	500.000 - 1.000.000	3.5154	3.8054	2.25	4.75
	1.000.001 - 1.500.000	3.3081	4.0252	3.50	3.75
	> 1.500.000	3.1752	3.8248	3.25	3.75
	Total	3.5890	3.7760	2.25	4.75

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Reliability	Between Groups	1.448	3	.483	2.430	.070
	Within Groups	19.069	96	.199		
	Total	20.516	99			
Responsiveness	Between Groups	3.519	3	1.173	3.413	.021
	Within Groups	32.993	96	.344		
	Total	36.512	99			
Assurance	Between Groups	3.123	3	1.041	2.678	.051
	Within Groups	37.315	96	.389		
	Total	40.438	99			
Emphaty	Between Groups	1.666	3	.555	2.110	.104
	Within Groups	25.266	96	.263		
	Total	26.932	99			
Tangibles	Between Groups	.255	3	.085	.376	.771
	Within Groups	21.727	96	.226		
	Total	21.982	99			

serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN 9

Case Summaries

	Gender	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Realibilty_1	Realibilty_2	Realibilty_3	Realibilty_4
1	2	1	3	2	4	4	3	4
2	2	2	3	1	4	4	4	4
3	1	2	3	2	4	4	3	3
4	1	1	1	1	4	4	3	3
5	2	2	1	2	4	4	4	4
6	1	1	1	2	4	4	3	3
7	2	2	3	2	4	5	4	5
8	2	2	2	2	4	4	3	4
9	2	1	1	1	4	4	3	3
10	1	3	3	2	4	4	4	4
11	2	2	1	2	3	3	3	3
12	2	1	1	1	4	5	4	5
13	2	2	3	2	4	4	3	4
14	2	1	1	1	3	4	4	4
15	2	1	1	1	3	4	3	4
16	1	2	3	2	4	4	4	4
17	1	2	3	2	5	5	5	4
18	2	1	1	2	4	4	3	4
19	1	1	1	2	3	2	3	3
20	2	1	1	1	3	4	4	4
21	1	1	1	2	3	3	3	3
22	2	2	3	2	4	4	6	4
23	2	1	1	1	4	4	4	3
24	1	2	1	1	4	4	3	4
25	1	2	3	2	4	4	4	5
26	2	1	1	1	3	4	4	4
27	1	2	1	2	5	5	5	4
28	1	2	1	1	4	4	4	3
29	2	1	1	2	4	2	3	3
30	2	2	2	3	4	3	4	4
31	2	1	1	1	3	4	4	3
32	2	2	1	2	5	4	3	4
33	2	1	1	2	2	4	3	3
34	2	1	1	1	3	4	3	5
35	2	2	1	1	4	4	3	3
36	2	1	1	2	4	4	4	4
37	2	2	1	1	5	4	3	4
38	1	2	3	2	4	4	4	4
39	2	1	1	1	4	4	5	4
40	2	2	1	2	2	2	3	4
41	2	2	1	2	4	4	4	4
42	2	2	3	1	4	5	5	4
43	1	2	1	1	4	4	4	5
44	1	2	3	3	5	4	3	3
45	2	2	1	1	5	5	4	4
46	2	2	3	2	4	3	3	4
47	2	2	1	2	4	4	3	3
48	2	1	1	2	4	4	3	3
49	1	2	1	1	5	4	3	3
50	1	4	2	4	4	4	1	1
51	2	1	1	2	4	4	3	4
52	1	2	1	2	4	4	4	4
53	2	2	3	2	4	4	3	4
54	2	1	1	2	4	5	4	4
55	1	3	3	2	4	4	3	4

Case Summaries

	Gender	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Reliability_1	Reliability_2	Reliability_3	Reliability_4
56	1	3	3	1	5	5	3	4
57	1	2	1	2	4	4	4	5
58	1	2	1	2	4	4	5	4
59	2	2	1	1	4	4	5	4
60	2	2	3	2	3	4	3	4
61	2	1	1	1	4	5	3	4
62	2	3	3	2	3	3	5	4
63	1	1	1	2	4	4	4	5
64	2	1	1	2	3	3	3	3
65	2	1	1	1	4	4	4	4
66	1	1	1	1	4	4	3	4
67	2	1	1	1	4	4	4	3
68	2	2	3	2	4	5	3	4
69	2	1	1	1	4	4	3	3
70	1	1	1	1	3	3	3	3
71	1	2	1	2	3	4	3	4
72	1	2	1	1	4	5	3	4
73	1	1	1	2	3	4	4	5
74	2	2	3	2	4	4	5	4
75	2	2	1	2	4	4	5	4
76	2	1	1	1	4	4	4	4
77	1	2	3	2	4	4	5	4
78	2	2	3	2	4	4	5	4
79	2	1	1	1	4	4	4	4
80	2	2	2	3	4	4	4	4
81	2	2	3	2	4	3	5	4
82	1	2	1	2	5	4	3	1
83	2	2	1	1	4	4	4	5
84	2	2	3	2	5	5	4	4
85	1	4	2	4	4	5	2	3
86	2	2	1	1	4	4	5	4
87	1	2	3	4	4	4	3	2
88	2	2	1	1	4	5	5	5
89	2	2	3	2	5	3	4	3
90	1	2	1	2	4	4	3	3
91	1	2	1	1	3	3	2	5
92	1	2	1	1	2	2	4	4
93	1	2	3	2	5	4	4	3
94	2	1	1	1	5	5	3	4
95	1	2	3	2	4	4	5	5
96	2	3	2	4	4	4	4	4
97	2	2	1	1	4	4	5	4
98	2	2	2	1	4	4	3	4
99	1	3	3	1	4	4	4	3
100	1	1	1	2	4	4	4	4

Case Summaries

	Realibility_5	Responsiveness_1	Responsiveness_2	Responsiveness_3	Responsiveness_4	Assurance_1
1	4	4	4	3	5	4
2	4	4	4	4	3	3
3	4	4	3	3	3	3
4	3	4	4	4	3	4
5	4	4	5	5	4	3
6	3	3	4	4	3	3
7	5	5	5	5	4	4
8	4	4	4	4	4	4
9	4	3	3	3	3	4
10	4	3	3	3	4	3
11	2	4	3	3	3	3
12	5	4	4	4	4	4
13	4	5	5	5	5	5
14	4	4	3	3	4	4
15	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	5	4	4
17	5	4	4	5	4	5
18	4	4	4	3	4	3
19	2	4	4	3	4	4
20	4	4	4	4	4	5
21	3	3	4	4	4	4
22	4	5	5	5	4	5
23	3	4	4	4	4	4
24	4	4	5	5	4	3
25	4	4	4	4	5	4
26	4	4	4	4	3	3
27	4	2	3	3	3	3
28	4	4	4	4	4	4
29	3	3	3	3	3	3
30	4	4	4	4	3	4
31	3	3	4	4	3	3
32	4	4	2	3	4	4
33	3	3	3	3	3	3
34	2	2	3	3	4	3
35	3	3	3	3	3	3
36	4	4	4	4	4	4
37	4	4	3	3	4	4
38	4	3	4	4	4	4
39	4	4	4	5	4	5
40	4	4	4	3	4	3
41	3	3	4	4	4	4
42	4	4	5	5	4	5
43	4	4	4	4	5	4
44	4	4	3	3	3	3
45	4	4	4	4	3	4
46	3	4	2	3	4	4
47	3	3	3	3	3	3
48	3	3	3	3	4	3
49	3	3	3	3	3	3
50	3	3	1	1	2	3
51	4	4	4	3	4	4
52	3	3	4	4	4	4
53	4	4	3	3	4	5
54	5	2	4	4	3	4
55	4	4	2	3	4	4

Case Summaries

	Realibility_5	Responsiveness_1	Responsiveness_2	Responsiveness_3	Responsiveness_4	Assurance_1
56	4	3	4	3	4	4
57	4	4	4	4	5	5
58	3	4	4	5	4	5
59	4	4	5	5	4	5
60	3	4	3	3	4	4
61	4	2	4	3	4	4
62	4	4	5	5	4	4
63	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	3	4	5
65	4	4	4	4	4	5
66	4	4	4	3	5	4
67	4	4	4	4	3	4
68	4	4	5	5	4	4
69	3	3	3	3	3	4
70	3	4	3	3	3	3
71	4	4	3	3	4	4
72	5	4	4	5	4	5
73	4	4	4	4	4	5
74	4	4	5	5	4	5
75	4	4	5	5	4	3
76	4	3	4	4	5	4
77	4	4	5	5	4	4
78	5	4	4	5	4	4
79	4	4	4	4	4	5
80	4	4	4	4	4	4
81	4	4	5	5	4	3
82	2	2	2	3	1	1
83	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4	5
85	2	2	2	2	4	2
86	4	4	4	5	4	4
87	3	3	3	3	3	2
88	4	4	5	5	4	5
89	2	2	4	4	3	4
90	3	3	3	3	3	3
91	4	3	1	2	4	4
92	4	4	4	4	4	5
93	2	2	2	4	2	1
94	4	4	3	3	4	4
95	4	4	5	5	4	3
96	4	4	4	4	4	5
97	4	4	5	5	4	4
98	4	4	4	3	4	4
99	4	4	4	4	3	3
100	3	2	4	4	4	5

Case Summaries

	Assurance_2	Assurance_3	Assurance_4	Emphaty_1	Emphaty_2	Emphaty_3	Emphaty_4	Emphaty_5
1	4	4	4	5	5	5	4	5
2	4	4	4	4	3	4	3	3
3	3	3	3	4	3	3	4	4
4	3	4	4	4	4	3	3	4
5	3	3	5	4	3	4	4	5
6	3	3	4	4	3	3	3	4
7	4	4	5	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	3	4
9	4	4	5	4	3	3	3	4
10	3	3	4	5	5	5	4	5
11	3	3	3	2	3	3	3	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4
13	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	4	3	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	5	3	4	4	4	4
17	4	5	5	4	4	4	4	4
18	4	4	3	3	4	3	4	4
19	4	4	3	3	4	4	4	3
20	5	5	4	4	4	5	5	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4
22	5	5	5	4	4	5	4	4
23	4	4	4	5	5	4	4	4
24	4	4	5	3	4	4	5	5
25	4	4	4	4	5	5	4	4
26	3	3	4	4	3	3	3	4
27	3	3	3	4	3	3	4	3
28	3	4	4	4	4	3	4	4
29	3	3	4	3	3	3	4	3
30	4	4	4	3	4	4	4	4
31	3	3	4	3	3	3	3	3
32	4	4	3	4	4	4	4	4
33	3	3	3	5	3	3	3	3
34	3	3	3	4	3	5	3	3
35	3	3	4	4	3	3	3	3
36	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	3	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	5	5	5	4	4	4	5
40	4	4	3	4	4	4	4	3
41	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	5	4	4	4	5	5
43	4	4	4	4	5	5	4	4
44	3	3	3	5	3	3	4	3
45	3	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	3	4	4	4	4	4
47	3	3	3	4	3	3	3	3
48	3	3	3	5	4	3	3	3
49	3	3	3	5	3	3	3	3
50	3	3	3	5	3	1	3	3
51	4	4	3	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4
53	5	4	5	3	4	4	5	5
54	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	3	4	4	4	4	4

Case Summaries

	Assurance_2	Assurance_3	Assurance_4	Emphaty_1	Emphaty_2	Emphaty_3	Emphaty_4	Emphaty_5
56	4	4	3	4	4	4	4	4
57	5	5	4	4	5	5	5	5
58	4	5	5	4	4	4	4	5
59	5	5	5	4	4	4	4	5
60	4	3	4	4	4	4	4	4
61	4	4	3	4	4	4	4	4
62	4	4	5	3	3	4	4	4
63	4	4	4	3	5	5	4	4
64	5	5	4	5	4	5	5	5
65	5	5	5	4	4	4	4	5
66	4	4	4	4	5	5	4	4
67	3	4	4	4	4	3	4	4
68	4	4	5	4	4	4	4	4
69	4	4	5	4	3	3	3	4
70	3	3	3	3	3	3	3	3
71	4	4	3	4	4	4	4	4
72	4	5	5	4	4	4	4	5
73	5	5	4	4	4	5	5	5
74	5	5	5	4	4	5	4	5
75	4	4	5	3	4	4	5	3
76	3	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	5	5	4	4	4	4
78	4	4	5	4	4	4	4	4
79	5	5	4	3	4	4	5	5
80	4	4	4	4	5	4	4	4
81	4	3	5	2	3	4	3	3
82	1	2	4	4	2	1	1	1
83	4	4	4	5	4	5	4	4
84	4	4	4	2	3	4	4	5
85	2	2	4	5	4	3	2	2
86	4	4	5	4	4	4	4	4
87	2	3	3	4	3	2	3	2
88	5	5	5	5	4	5	4	5
89	4	3	4	4	3	3	3	4
90	3	3	3	4	3	3	3	3
91	4	4	4	3	4	5	4	4
92	4	4	4	4	3	4	4	5
93	2	3	4	4	3	3	2	1
94	4	4	3	4	4	4	4	4
95	4	4	5	5	4	5	5	3
96	4	4	4	4	3	4	4	5
97	4	4	5	4	3	4	4	4
98	4	4	3	5	4	4	4	4
99	3	3	4	5	3	3	3	3
100	5	5	4	4	4	4	5	5

Case Summaries

	Tangibles_1	Tangibles_2	Tangibles_3	Tangibles_4	Kepuasan_1	Kepuasan_2	Kepuasan_3
1	3	4	4	4	4	5	5
2	3	3	4	3	4	4	3
3	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3
5	3	3	3	3	4	4	4
6	3	4	4	4	2	3	3
7	3	3	3	3	4	4	4
8	3	2	2	3	4	4	4
9	4	4	4	4	4	3	3
10	4	4	4	4	4	5	4
11	3	3	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	5	5	5	5	5
14	3	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	5	5	4
17	3	4	4	5	4	5	4
18	3	4	4	5	4	4	3
19	1	2	3	3	3	2	1
20	3	3	4	4	4	4	3
21	4	4	4	4	4	3	4
22	4	4	4	5	4	4	4
23	4	4	5	4	5	4	4
24	4	4	5	4	5	4	4
25	3	3	4	3	4	4	3
26	3	4	4	3	4	4	3
27	3	4	4	3	4	5	3
28	4	3	4	4	4	3	4
29	3	2	2	4	4	3	3
30	4	3	4	4	4	4	4
31	4	3	3	4	4	3	3
32	2	3	5	4	4	4	4
33	3	3	4	2	3	3	3
34	3	3	4	3	3	5	3
35	4	4	4	2	4	3	3
36	4	3	4	3	4	4	4
37	3	3	3	3	3	4	4
38	4	2	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	5
40	4	3	3	4	4	4	3
41	4	4	2	2	4	4	4
42	5	3	4	4	4	4	5
43	4	2	2	2	4	5	4
44	3	3	5	3	3	3	3
45	4	4	4	5	3	4	4
46	2	4	4	4	4	4	3
47	3	4	5	5	3	3	3
48	3	3	4	4	3	3	3
49	3	3	4	4	3	3	3
50	3	3	4	4	3	1	1
51	4	3	4	4	4	4	3
52	4	3	4	4	4	4	4
53	5	3	4	5	5	4	3
54	4	4	5	5	4	4	4
55	2	3	4	4	4	4	3

Case Summaries

	Tangibles_1	Tangibles_2	Tangibles_3	Tangibles_4	Kepuasan_1	Kepuasan_2	Kepuasan_3
56	4	3	4	4	4	4	3
57	4	3	4	4	5	5	4
58	4	3	4	4	4	4	5
59	5	3	4	4	5	4	5
60	4	3	3	3	4	4	3
61	4	4	4	4	4	4	3
62	5	3	3	3	4	4	5
63	4	3	2	4	4	5	4
64	4	3	5	4	5	5	4
65	5	3	4	4	4	4	4
66	4	3	4	4	4	5	5
67	4	4	4	4	4	3	3
68	5	3	3	4	4	4	4
69	5	4	4	4	4	3	3
70	4	3	3	3	3	3	3
71	3	3	4	4	4	4	4
72	4	3	4	4	4	5	4
73	4	3	3	3	5	4	3
74	5	4	4	4	4	4	4
75	5	4	4	5	5	4	4
76	4	4	2	3	3	4	4
77	5	3	4	4	4	4	3
78	4	3	4	4	4	4	3
79	4	3	4	4	4	4	3
80	4	3	4	4	4	4	4
81	5	4	5	5	5	4	3
82	4	3	4	4	4	1	1
83	4	4	4	2	4	5	4
84	4	4	4	4	4	4	5
85	4	2	4	3	3	3	2
86	4	3	4	3	4	4	4
87	3	3	4	4	2	2	2
88	5	4	3	4	5	5	5
89	4	4	3	5	4	3	4
90	3	3	3	4	3	3	3
91	4	5	5	4	4	5	2
92	4	3	4	4	4	4	4
93	2	3	4	4	2	3	4
94	3	3	3	3	4	4	3
95	5	3	5	5	4	5	5
96	4	3	4	4	4	4	4
97	5	3	5	5	4	4	5
98	4	3	3	3	4	4	3
99	4	3	4	4	3	3	4
100	4	4	4	4	5	4	4

TABEL DISTRIBUSI T

Df	10%	5%	DF	10%	5%	Df	10%	5%	DF	10%	5%
1	6.314	12.706	51	1.675	2.008	101	1.660	1.984	151	1.655	1.976
2	2.920	4.303	52	1.675	2.007	102	1.660	1.983	152	1.655	1.976
3	2.353	3.182	53	1.674	2.006	103	1.660	1.983	153	1.655	1.976
4	2.132	2.776	54	1.674	2.005	104	1.660	1.983	154	1.655	1.975
5	2.015	2.571	55	1.673	2.004	105	1.659	1.983	155	1.655	1.975
6	1.943	2.447	56	1.673	2.003	106	1.659	1.983	156	1.655	1.975
7	1.895	2.365	57	1.672	2.002	107	1.659	1.982	157	1.655	1.975
8	1.860	2.306	58	1.672	2.002	108	1.659	1.982	158	1.655	1.975
9	1.833	2.262	59	1.671	2.001	109	1.659	1.982	159	1.654	1.975
10	1.812	2.228	60	1.671	2.000	110	1.659	1.982	160	1.654	1.975
11	1.796	2.201	61	1.670	2.000	111	1.659	1.982	161	1.654	1.975
12	1.782	2.179	62	1.670	1.999	112	1.659	1.981	162	1.654	1.975
13	1.771	2.160	63	1.669	1.998	113	1.658	1.981	163	1.654	1.975
14	1.761	2.145	64	1.669	1.998	114	1.658	1.981	164	1.654	1.975
15	1.753	2.131	65	1.669	1.997	115	1.658	1.981	165	1.654	1.974
16	1.746	2.120	66	1.668	1.997	116	1.658	1.981	166	1.654	1.974
17	1.740	2.110	67	1.668	1.996	117	1.658	1.980	167	1.654	1.974
18	1.734	2.101	68	1.668	1.995	118	1.658	1.980	168	1.654	1.974
19	1.729	2.093	69	1.667	1.995	119	1.658	1.980	169	1.654	1.974
20	1.725	2.086	70	1.667	1.994	120	1.658	1.980	170	1.654	1.974
21	1.721	2.080	71	1.667	1.994	121	1.658	1.980	171	1.654	1.974
22	1.717	2.074	72	1.666	1.993	122	1.657	1.980	172	1.654	1.974
23	1.714	2.069	73	1.666	1.993	123	1.657	1.979	173	1.654	1.974
24	1.711	2.064	74	1.666	1.993	124	1.657	1.979	174	1.654	1.974
25	1.708	2.060	75	1.665	1.992	125	1.657	1.979	175	1.654	1.974
26	1.706	2.056	76	1.665	1.992	126	1.657	1.979	176	1.654	1.974
27	1.703	2.052	77	1.665	1.991	127	1.657	1.979	177	1.654	1.973
28	1.701	2.048	78	1.665	1.991	128	1.657	1.979	178	1.653	1.973
29	1.699	2.045	79	1.664	1.990	129	1.657	1.979	179	1.653	1.973
30	1.697	2.042	80	1.664	1.990	130	1.657	1.978	180	1.653	1.973
31	1.696	2.040	81	1.664	1.990	131	1.657	1.978	181	1.653	1.973
32	1.694	2.037	82	1.664	1.989	132	1.656	1.978	182	1.653	1.973
33	1.692	2.035	83	1.663	1.989	133	1.656	1.978	183	1.653	1.973
34	1.691	2.032	84	1.663	1.989	134	1.656	1.978	184	1.653	1.973
35	1.690	2.030	85	1.663	1.988	135	1.656	1.978	185	1.653	1.973
36	1.688	2.028	86	1.663	1.988	136	1.656	1.978	186	1.653	1.973
37	1.687	2.026	87	1.663	1.988	137	1.656	1.977	187	1.653	1.973
38	1.686	2.024	88	1.662	1.987	138	1.656	1.977	188	1.653	1.973
39	1.685	2.023	89	1.662	1.987	139	1.656	1.977	189	1.653	1.973
40	1.684	2.021	90	1.662	1.987	140	1.656	1.977	190	1.653	1.973
41	1.683	2.020	91	1.662	1.986	141	1.656	1.977	191	1.653	1.972
42	1.682	2.018	92	1.662	1.986	142	1.656	1.977	192	1.653	1.972
43	1.681	2.017	93	1.661	1.986	143	1.656	1.977	193	1.653	1.972
44	1.680	2.015	94	1.661	1.986	144	1.656	1.977	194	1.653	1.972
45	1.679	2.014	95	1.661	1.985	145	1.655	1.976	195	1.653	1.972
46	1.679	2.013	96	1.661	1.985	146	1.655	1.976	196	1.653	1.972
47	1.678	2.012	97	1.661	1.985	147	1.655	1.976	197	1.653	1.972
48	1.677	2.011	98	1.661	1.984	148	1.655	1.976	198	1.653	1.972
49	1.677	2.010	99	1.660	1.984	149	1.655	1.976	199	1.653	1.972
50	1.676	2.009	100	1.660	1.984	150	1.655	1.976	200	1.653	1.972

TABEL DISTRIBUSI R

Df	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
1	0.997	51	0.271	101	0.194	151	0.159
2	0.950	52	0.268	102	0.193	152	0.158
3	0.878	53	0.266	103	0.192	153	0.158
4	0.811	54	0.263	104	0.191	154	0.157
5	0.754	55	0.261	105	0.190	155	0.157
6	0.707	56	0.259	106	0.189	156	0.156
7	0.666	57	0.256	107	0.188	157	0.156
8	0.632	58	0.254	108	0.187	158	0.155
9	0.602	59	0.252	109	0.187	159	0.155
10	0.576	60	0.250	110	0.186	160	0.154
11	0.553	61	0.248	111	0.185	161	0.154
12	0.532	62	0.246	112	0.184	162	0.153
13	0.514	63	0.244	113	0.183	163	0.153
14	0.497	64	0.242	114	0.182	164	0.152
15	0.482	65	0.240	115	0.182	165	0.152
16	0.468	66	0.239	116	0.181	166	0.151
17	0.456	67	0.237	117	0.180	167	0.151
18	0.444	68	0.235	118	0.179	168	0.151
19	0.433	69	0.234	119	0.179	169	0.150
20	0.423	70	0.232	120	0.178	170	0.150
21	0.413	71	0.230	121	0.177	171	0.149
22	0.404	72	0.229	122	0.176	172	0.149
23	0.396	73	0.227	123	0.176	173	0.148
24	0.388	74	0.226	124	0.175	174	0.148
25	0.381	75	0.224	125	0.174	175	0.148
26	0.374	76	0.223	126	0.174	176	0.147
27	0.367	77	0.221	127	0.173	177	0.147
28	0.361	78	0.220	128	0.172	178	0.146
29	0.355	79	0.219	129	0.172	179	0.146
30	0.349	80	0.217	130	0.171	180	0.146
31	0.344	81	0.216	131	0.170	181	0.145
32	0.339	82	0.215	132	0.170	182	0.145
33	0.334	83	0.213	133	0.169	183	0.144
34	0.329	84	0.212	134	0.168	184	0.144
35	0.325	85	0.211	135	0.168	185	0.144
36	0.320	86	0.210	136	0.167	186	0.143
37	0.316	87	0.208	137	0.167	187	0.143
38	0.312	88	0.207	138	0.166	188	0.142
39	0.308	89	0.206	139	0.165	189	0.142
40	0.304	90	0.205	140	0.165	190	0.142
41	0.301	91	0.204	141	0.164	191	0.141
42	0.297	92	0.203	142	0.164	192	0.141
43	0.294	93	0.202	143	0.163	193	0.141
44	0.291	94	0.201	144	0.163	194	0.140
45	0.288	95	0.200	145	0.162	195	0.140
46	0.285	96	0.199	146	0.161	196	0.139
47	0.282	97	0.198	147	0.161	197	0.139
48	0.279	98	0.197	148	0.160	198	0.139
49	0.276	99	0.196	149	0.160	199	0.138
50	0.273	100	0.195	150	0.159	200	0.138

TABEL DISTRIBUSI F

DF	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93



LAMPIRAN 10

•S•A•L•O•N• MORISCO

Yogyakarta, 28 Agustus 2006

Surat Keterangan

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Enggar Narwanto

Jabatan : Pemilik Salon Morisco

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Ervina

NPM : 00 03 12263

Prodi : Ekonomi Manajemen

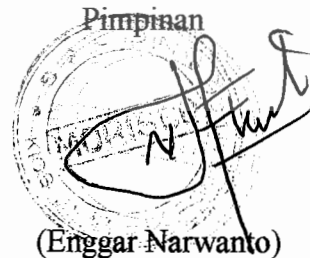
Program : S1 Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Telah mengadakan penelitian pada Salon Morisco selama bulan Juni-Agustus 2006 untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul : “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Salon Morisco”

Demikian surat ini digunakan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya

Salon Morisco

Pimpinan

A circular stamp with the text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" and "FACULTY OF MANAGEMENT" is visible. Overlaid on the stamp is a handwritten signature in black ink.

(Enggar Narwanto)